



การสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนและพัฒนาความสัมพันธ์ ผ่านทางแอปพลิเคชันทินเดอร์

Communication on Tinder Application : Self Presentation and Relationship Develop-ment

คัมเกล้า ดิษฐศิริ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ลักษณะ คล้ายแก้ว วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Koomkao Ditsiri. College of Communication Rangsit University.

Lucksana Klaikao. College of Communication Rangsit University.

Corresponding author, E-mail: kumklaod@gmail.com

Received: 31 May 2020 ; Revised: 08 June 2020 ; Accepted: 17 June 2020

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนและพัฒนาความสัมพันธ์ ผ่านทางแอปพลิเคชันทินเดอร์” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนของผู้ใช้ทินเดอร์ และ 2) เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้ทินเดอร์ กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เป็นผู้ใช้ทินเดอร์ชาวไทย ชายและหญิง อายุระหว่าง 25 - 35 ปี เป็นช่วงอายุของกลุ่มคนรุ่นใหม่ (มิลเลนเนียลส์) ซึ่งอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสนใจในเพศตรงข้าม และมีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ ตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม คือ ผู้ใช้ทินเดอร์ชาวไทย เพศชายและหญิง อายุระหว่าง 25 - 35 ปี จำนวน 100 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งใช้การเลือกแหล่งข้อมูลตามสะดวก และอาศัยเครือข่าย โดยทำการติดต่อผู้ที่สะดวกและยินยอมให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วยเพศชาย 4 คน เพศหญิง 4 คน และคู่รักที่พบกันผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์ จำนวน 1 คู่ รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมเพื่อสามารถเข้าศึกษา สังเกตถึงวิธีการใช้งาน ลูกเล่นต่างๆ ภายในแอปพลิเคชันทินเดอร์ รวมถึงเพื่อทดลองพูดคุยกับผู้ใช้ทินเดอร์ท่านอื่นๆ เพื่อให้เข้าใจถึงอารมณ์ ความรู้สึก การสื่อสารต่างๆ ที่เอื้อให้เกิดการสื่อสารนำเสนอตัวตนและพัฒนาความสัมพันธ์ที่มีภายในชุมชนเสมือนจริงทินเดอร์และเก็บเกี่ยวข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยนี้ ผลวิจัยพบว่า 1) ผู้ใช้ทินเดอร์เพศชายและเพศหญิง มีการสื่อสารนำเสนอตัวตนโดยถ่ายทอดผ่านการใช้สัญลักษณ์ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน ซึ่งการวิจัยสามารถสรุปได้ถึงรูปแบบและเนื้อหาที่ผู้ใช้ทินเดอร์นิยมใช้ในการสื่อสารนำเสนอตัวตนได้ 2) ผู้ใช้ทินเดอร์มีการพัฒนาความสัมพันธ์ด้วยปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลโดยพบว่าเพศชายและเพศหญิงที่แตกต่างกัน ควบคู่ไปกับพฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่สลับกันมีบทบาทและอำนาจ ซึ่งเกิดจุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์ที่ส่งผลให้เกิดขึ้นของความสัมพันธ์ขึ้น

คำสำคัญ : การสื่อสาร , นำเสนอตัวตน

Abstract

This research aimed to investigate Tinder application users' self-presentation and their communication via the application to develop their relationship with their interlocutors. The re-search focused on a population who was Thai male and females aged 25-35 years with interest in the opposite sex, resided in Bangkok, and used Tinder application for at least 1 month. Through the purposive sampling method, quantitative data were obtained from 100 samples who completed an online questionnaire via Google Form. Qualitative data were obtained through in-depth interviews with ten key informants including four males, four females, and a couple who succeeded in love on Tinder application. Participant observation was also employed to explore features on Tinder application and to have conversations with other Tinder users in order to experience the real emotions and feelings and discover how Tinder users presented themselves and how they developed relationship with their interlocutors of the opposite sex on Tinder application. The result revealed that male and female users of Tinder conducted self-presentation through the use of symbols reflecting different identities. Through interchangeable roles and power, male and female Tinder users were found to develop relationship using different communication factors leading to a turning point in their relationship causing layers of relationship.

keywords : Communication , Self Presentation

บทนำ

การใช้ชีวิตและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีในปัจจุบันของสภาพสังคมไทยได้แปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลา การดำเนินกิจกรรมประจำวันและวิถีชีวิตของคนเมือง เริ่มอยู่กันแบบเร่งรีบและกระจัดกระจาย แตกต่างจากสังคมไทยในอดีตที่ผู้คนมีปฏิสัมพันธ์กันผ่านวิถีชีวิตที่ดำเนินไปโดยเชื่อมโยงกัน โดยในอดีต ผู้คนมักจะมีการรวมตัวและทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้พบปะพูดคุยรู้จักกันในแวดวงสังคม ซึ่งจากโอกาสเหล่านี้นำไปสู่การสนิทสนมคบหาดูใจและเรียนรู้ซึ่งกันและกันของคนหนุ่มสาว จนนำไปสู่การพัฒนาความสัมพันธ์เป็นความรัก แต่เมื่อการใช้ชีวิตและความสนใจของคนเปลี่ยน ค่านิยมทางสังคมเปลี่ยน รูปแบบการติดต่อสื่อสารของคนในสังคมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ผู้คนส่วนใหญ่มุ่งให้เวลาและความสำคัญกับเป้าหมายในชีวิตด้านอื่น ๆ เช่น การศึกษา การงาน การเงิน หรือสิ่งที่สำคัญกว่ากิจกรรมที่ต้องปฏิสัมพันธ์กันในชีวิตจริง คนบางกลุ่มปิดตัวเองอยู่กับสิ่งที่สนใจเฉพาะด้านมีสังคมที่แคบลง วิถีชีวิตดังกล่าวจึงทำให้ผู้คนในสังคมเกิดการเชื่อมโยงซึ่งกันและกันน้อยลงกว่าเดิม อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีการสื่อสารได้เกิดขึ้นเพื่ออุดช่องว่างที่ขาดหายไปกับชีวิต เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคม การติดต่อสื่อสารระหว่างกันและกันจึงยังต้องดำเนินต่อไปโดยอาศัยเทคโนโลยี หากเปรียบเทียบกับในอดีต ครั้งที่การหาผ่านสื่อมวลชนอย่างหนังสือพิมพ์ได้รับความนิยม เช่น คอลัมน์ “หาคู่ผู้ขึ้น” ของหนังสือพิมพ์ข่าวสด หรือคอลัมน์ “มาลัยเสียรัก” ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่เริ่มเมื่อปี 2516 และถัดมาคือ สื่อมวลชนโทรทัศน์ในยุคสมัยหนึ่งที่เกิดมีรายการทีวีที่เรียกกันว่าเดทติ้งเกมโชว์ (Dating Game Show) ดึงความสนใจผู้ชมและได้รับความนิยมโดยเรตติ้งให้สถานีโทรทัศน์ได้ดี การเริ่มต้นหาแฟนหาคู่ในยุคดิจิทัลปัจจุบันนี้ ก็เป็นเรื่องที่สะดวกสบายขึ้นกว่ายุคในอดีต เนื่องจากผู้คนในปัจจุบันนิยมติดต่อสื่อสารกันด้วยช่องทางออนไลน์ จากช่วงที่เว็บไซต์ได้รับความนิยมสู่ปัจจุบันที่แอปพลิเคชันได้รับความนิยม ซึ่งการสื่อสารลักษณะนี้ เป็นปรากฏการณ์ของการนำคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นสื่อกลางเพื่อการสื่อสาร (CMC) จนอาจสรุปได้ว่า “เทคโนโลยี” เป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดผลสะท้อนต่อสังคมในวงกว้าง รวมทั้งส่งผลต่อ

ความสนใจในวงวิชาการที่มีต่อสื่อใหม่ ซึ่งกำเนิดจากเทคโนโลยีใหม่ (กิตติ กันภัย, 2543) การสื่อสารและเสาะหาคู่สนทนาเพื่อจุดประสงค์ที่จะติดต่อสื่อสารกันหลากหลายจุดประสงค์หนึ่งในความต้องการของชายหญิงที่เกิดขึ้น คือ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อเริ่มสานสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม และในปัจจุบันแอปพลิเคชันหาคู่ที่ได้รับความนิยมอย่างโดดเด่นจากการจัดอันดับของเว็บไซต์ www.sensortower.com ประจำเดือนกรกฎาคม ปี 2019 คือ แอปพลิเคชันทินเดอร์ (Tinder) ซึ่งทินเดอร์นี้ เปรียบดังพื้นที่สาธารณะในโลกเสมือนจริงที่ผู้คนในยุคดิจิทัลสมัยปัจจุบัน ใช้เพื่อการพบปะคู่ตัวกันของหญิงโสดชายโสดที่มีความนิยมที่สุด อันปลดล๊อคข้อจำกัดบางประการที่ไม่สามารถทำได้ในโลกแห่งความจริง และเป็นดังการเริ่มต้นเปิดประตูความรักในโลกออนไลน์ ผู้การพัฒนาความสัมพันธ์และคบหาดูแลกันและกันของหญิงชายฉันท์คู่เคท คู่รักในชีวิตจริง นับว่าเป็นอีกหนึ่งพื้นที่สื่อมวลชนในปัจจุบัน ที่มีบทบาทกับความรักและการหาคู่ หาแฟน ด้วยความน่าสนใจในมิติต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนและพัฒนาความสัมพันธ์ ผ่านทางแอปพลิเคชันทินเดอร์ โดยจะเน้นศึกษาผู้ใช้แอปพลิเคชัน ที่มีอายุระหว่าง 25 - 35 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ (มิลเลนเนียลส์) อยู่ในช่วงวัยทำงานสร้างฐานะ เป็นวัยที่ต้องรับผิดชอบและทุ่มเทให้กับหน้าที่การงาน ในขณะเดียวกันก็ยังเป็นช่วงวัยที่นิยมแสวงหาคู่สนทนาทางสื่อออนไลน์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนของผู้ใช้ทินเดอร์
2. เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้ทินเดอร์

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ 1) การสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ เพื่อใช้อธิบาย และทำความเข้าใจเรื่องของการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ที่เกิดขึ้น ใช้ 2) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับตัวตน สัญลักษณ์ และอัตลักษณ์ เพื่ออธิบายถึงการสื่อสารนำเสนอตัวตนของผู้ใช้ทินเดอร์ และใช้ 3) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสารและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่ออธิบายเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้ทินเดอร์

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “การสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนและพัฒนาความสัมพันธ์” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผสมกับการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาแบบตัดขวาง (Cross-sectional Descriptive Study) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participation Observation) โดยผู้วิจัยได้ทำการสมัครและสร้างบัญชีผู้ใช้ทินเดอร์ เพื่อสามารถเข้าศึกษา สังเกตถึงวิธีการใช้งาน ทดลองพูดคุยกับผู้ใช้ทินเดอร์ท่านอื่น ๆ เพื่อเข้าใจถึงอารมณ์ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นภายในชุมชนเสมือนจริงทินเดอร์และเพื่อเก็บเกี่ยวข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยครั้งนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และแหล่งข้อมูล

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีลักษณะที่กำหนดของงานวิจัย คือ ผู้ใช้ทินเดอร์ชาวไทย ชายและหญิง

อายุระหว่าง 25 - 35 ปี อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความสนใจในเพศตรงข้าม และมีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ ตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นจึงมีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sam-pling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับลักษณะที่กำหนดของงานวิจัย รวมทั้งสิ้น 100 คน

แหล่งข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ เลือกโดยอาศัยความสะดวก (Convenience Sampling) และแบบอาศัยเครือข่าย (Network Sampling) เพื่อให้ได้แหล่งข้อมูลที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับลักษณะที่กำหนด ประกอบด้วยเพศชาย 4 คน และ เพศหญิง 4 คน และคู่รักที่พบกันผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์ จำนวน 1 คู่ รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก

การเก็บรวบรวมข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามบน Google Form ในการเก็บข้อมูลทางโซเชียลมีเดียคือ เฟสบุค (Facebook) จนได้ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีคุณสมบัติตามที่งานวิจัยกำหนด คือ เป็นผู้ใช้ทินเดอร์ชาวไทย ชายและหญิง อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีความสนใจในเพศตรงข้าม และมีประสบการณ์การใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ ตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป จนครบตามจำนวน 100 คนที่ตั้งไว้ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ที่ได้กลับคืน มาวิเคราะห์ด้วยระบบคอมพิวเตอร์ จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์แบบของแบบสอบถาม คัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีคำตอบสมบูรณ์ในทุกข้อคำถาม แล้วหาค่าร้อยละ ของจำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งหมด และคัดเลือกคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามว่ามีคุณสมบัติตรงกับที่งานวิจัยนี้กำหนด ได้แก่ เพศ อายุ ประสบการณ์การใช้งานทินเดอร์ ความสนใจในเพศตรงข้าม และเขตที่อยู่อาศัย จากนั้นจะมีการเก็บข้อมูลด้วยการเข้ารหัส เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลอันเป็นส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง และนำเสนอผลวิจัยด้วยตาราง และบรรยายเชิงพรรณนา (Descriptive study) ประกอบตาราง

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยเลือกแหล่งข้อมูลตามสะดวก โดยอาศัยเครือข่าย (Network Sampling) โดยทำการติดต่อผู้ที่สะดวกและยินยอมให้สัมภาษณ์ จากนั้นได้บันทึกผลการสัมภาษณ์ลงในแบบบันทึกด้วยตนเอง ซึ่งมีการเก็บข้อมูลด้วยการเข้ารหัส เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลอันเป็นส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างจากนั้นนำเสนอผลวิจัยด้วยวิธีพรรณนา (Descriptive study)

การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้ทำการสมัครสมาชิกและสร้างบัญชีผู้ใช้ทินเดอร์ เพื่อสามารถเข้าศึกษา สังเกตถึงวิธีการใช้งานทินเดอร์ การตั้งค่า ศึกษาถึงลูกเล่นและคุณสมบัติต่างๆ ในแอปพลิเคชันที่เอื้อให้เกิดการสื่อสารนำเสนอตัวตนและพัฒนาความสัมพันธ์ รวมถึงเพื่อทดลองพูดคุยกับผู้ใช้ทินเดอร์ท่านอื่นๆ เพื่อเข้าใจถึงอารมณ์ ความรู้สึก การสื่อสารต่างๆ ที่มีภายในชุมชนเสมือนจริงทินเดอร์และเพื่อเก็บเกี่ยวข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย

โดยการวิจัยครั้งนี้ มีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลและหลักฐาน ผลวิจัยที่ได้เก็บรวบรวม และอาศัยการตีความหมายนี้ ได้มีความวางใจและถูกต้องตรงกับความจริงที่สร้างสรรค์ขึ้น โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย คือ การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ การสนทนาระดมความคิด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการสมบูรณ์ตามความจริงที่ปรากฏและเกิดขึ้นจากการสื่อสารพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์ โดยเริ่มจัดเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนกันยายน 2562 ถึงช่วงเดือนมกราคม 2563

ผลการวิจัย

การสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตน ผลการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนที่ปรากฏในแอปพลิเคชันทินเดอร์ สามารถสรุปในภาพรวมได้ถึงค่านิยมและความแตกต่างที่โดดเด่นระหว่างผู้ใช้ทินเดอร์เพศชายและเพศหญิงได้ดังนี้

ผลวิจัยพบว่า ผู้ใช้ทินเดอร์ส่วนใหญ่ร้อยละ 38 มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์มาแล้ว 7 - 12 เดือน รองลงมาคือ ร้อยละ 27 มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์มาแล้ว 4 - 6 เดือน ตามมาด้วยกลุ่มที่มีประสบการณ์การใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์มาแล้วมากกว่า 1 ปี ซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยผู้ใช้ทินเดอร์ส่วนใหญ่ ร้อยละ 31 มีความบ่อยในการใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์ในระดับปานกลาง ส่วนความบ่อยในการแก้ไขอัปเดต (update) ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์พบว่า ผู้ใช้ทินเดอร์ส่วนใหญ่ ร้อยละ 43 มีการแก้ไขอัปเดต (update) ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองในระดับต่ำ คือ ไม่บ่อยนัก ส่วนผู้ใช้ทินเดอร์ที่มีการแก้ไขอัปเดต (update) ข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองในระดับสูง คือ บ่อยมาก มีจำนวนร้อยละ 5 ซึ่งพบว่าเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายนอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 87 ไม่ได้มีการจ่ายเงินเพื่อใช้บริการเสริมพิเศษอย่างทินเดอร์พลัส (Tinder Plus), ทินเดอร์โกลด์ (Tinder Gold) ในแอปพลิเคชันเพิ่ม ส่วนจำนวนร้อยละ 13 ที่ใช้บริการเสริมพิเศษในแอปพลิเคชันเพิ่มนั้น พบว่าเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อีกทั้งยังพบว่าผู้ใช้ทินเดอร์ร้อยละ 21 มีความคิดที่จะจ่ายเงินเพื่อใช้บริการเสริมในแอปพลิเคชันทินเดอร์เพิ่มยังเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเช่นเดียวกัน

ด้านค่านิยมการนำเสนอตัวตน ผลวิจัยพบว่าผู้ใช้ทินเดอร์ส่วนใหญ่ร้อยละ 58 ใส่ข้อมูลทุกอย่างตามความจริงไว้ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ ซึ่งเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง รองลงมาคือกลุ่มที่ใส่ข้อมูลบางอย่างไม่จริงไว้ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ ร้อยละ 41 เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยพบว่ากลุ่มผู้ใช้งานที่ใส่ข้อมูลทุกอย่างไม่จริงหรือมีรายละเอียดตามความจริงน้อยมากไว้ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ มีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ถึงร้อยละ 99 คิดว่าภาพ ข้อความ และสัญลักษณ์สื่ออารมณ์ต่างๆ ที่ใช้ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์นั้นบ่งบอกถึงความเป็นตนเอง ในส่วนของภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดนิยมใช้ภาพนิ่ง (Photo) ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์และไม่มีความนิยมใช้ภาพเคลื่อนไหวระยะสั้น (Short Video) โดยจำนวนภาพที่นิยมใส่ไว้ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ 3 อันดับแรก คือ อันดับหนึ่ง จำนวน 6 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 19 อันดับสอง คือ จำนวน 2 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 18 และอันดับสาม จำนวน 4 ภาพ คิดเป็นร้อยละ 16 ตามลำดับ ซึ่งจากการศึกษาสามารถจัดประเภทภาพ 5 อันดับแรกที่ใช้ผู้ใช้ทินเดอร์นิยมใส่ไว้ในหน้าโปรไฟล์ได้ คือ อันดับหนึ่ง ภาพถ่ายบุคคล (Portrait) โบน้าตนเอง คิดเป็นร้อยละ 67 ซึ่งเพศชายนิยมใช้ภาพประเภทนี้มากกว่าเพศหญิง อันดับที่สอง ภาพถ่ายสัตว์เลี้ยง คิดเป็นร้อยละ 9.09 ซึ่งเพศชายนิยมใช้ภาพประเภทนี้มากกว่าเพศหญิงเช่นกัน อันดับสาม ภาพสถานที่ ธรรมชาติ วิว คิดเป็นร้อยละ 8.39 ซึ่งเพศชายและเพศหญิงมีความนิยมใช้ภาพประเภทนี้ใกล้เคียงกัน อันดับสี่ ภาพเน้นเรือนร่างอัตลักษณ์ทางเพศ สื่อสารไปในทางยั่วหรือปลุกเร้าอารมณ์ คิดเป็นร้อยละ 7.69 ซึ่งเพศหญิงมีความนิยมใช้ภาพประเภทนี้มากกว่าเพศชาย และอันดับที่ห้า ภาพสิ่งของ คิดเป็นร้อยละ 3.49 ซึ่งเพศชายนิยมใช้ภาพประเภทนี้มากกว่าเพศหญิง โดยพบว่า ผู้ใช้ทินเดอร์ร้อยละ 45 นิยมใช้ภาพที่มีการสื่อสารอารมณ์ เรียบเฉย นิ่ง สุขุม หรือภาพแคนดิด (candid) มากที่สุด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ส่วนกลุ่มที่นิยมใช้ภาพสื่อสารอารมณ์ ยิ้มแย้ม ร่าเริง สนุก ร้อยละ 31 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ตามมาด้วยกลุ่มผู้ใช้ทินเดอร์ที่นิยมใช้ภาพสื่อสารอารมณ์ ยั่วเย้า เซ็กซี่ ร้อยละ 9 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ใช้ทินเดอร์มีการใช้ภาพสื่อสารอารมณ์ขบขัน ตลก ขบขัน และอารมณ์ดู โกรธ อีกด้วยการศึกษาสามารถจัดอันดับความนิยมเนื้อหาภาพถ่าย 5 อันดับแรกที่ใช้ผู้ใช้ทินเดอร์นิยมใส่ไว้ในหน้าโปร

ไฟล์ทินเดอร์ โดยเป็นภาพถ่ายที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ อันดับหนึ่ง การศึกษา ร้อยละ 21 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อันดับสอง ท่องเที่ยว ผจญภัย ธรรมชาติ ร้อยละ 20.7 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชายเช่นกัน อันดับสาม แฟชั่น ความงาม ร้อยละ 14.3 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อันดับสี่ อาชีพ การทำงาน ร้อยละ 12.7 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และอันดับห้า อาหาร เครื่องดื่มที่ชอบ ร้อยละ 8 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

ในส่วนของข้อความเกี่ยวกับตนเองและการใช้สัญลักษณ์สื่ออารมณ์ (Emoticon) พบว่า ผู้ใช้ทินเดอร์ ส่วนใหญ่นิยมใช้ชื่อ-นามสกุลจริงในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์มากที่สุด ร้อยละ 39 รองลงมาคือนิยมใช้ชื่อเล่น ร้อยละ 34 และใช้นามแฝง ร้อยละ 27 โดยพบว่าเพศชาย นิยมใช้ชื่อ-นามสกุลจริง กลุ่มที่นิยมใช้ชื่อเล่นเป็น ทั้งเพศชายและเพศหญิงในจำนวนที่เท่ากัน ส่วนกลุ่มที่นิยมใช้นามแฝงนั้นส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ผู้ใช้ทินเดอร์ร้อยละ 74 นิยมใช้รูปแบบการเขียนเกี่ยวกับตัวเองทั่วไปด้วยการบรรยาย อธิบาย ให้คำจำกัดความ เกี่ยวกับตนเองมากที่สุด รองลงมาร้อยละ 13 นิยมใช้รูปแบบการเขียนให้แง่คิด แสดงทัศนคติและมุมมอง การใช้ชีวิต กลุ่มถัดมาร้อยละ 9 นิยมใช้รูปแบบการเขียนเชิญชวน กระตุ้นให้หาความรู้จัก และสุดท้ายร้อยละ 4 เป็นกลุ่มที่นิยมการใช้คำคม บทกวี กลอน เนื้อเพลง มุกตลก ประโยคโดนใจ และคำคล้องจอง โดยสามารถจัดอันดับเนื้อหา 5 อันดับแรกที่ใช้ผู้ใช้ทินเดอร์นิยมใช้ในหน้าโปรไฟล์ ซึ่งเป็นข้อความและสัญลักษณ์ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ อันดับหนึ่ง อายุ จำนวนร้อยละ 61 อันดับสอง การศึกษา จำนวนร้อยละ 51 อันดับสาม อาชีพ จำนวนร้อยละ 47 อันดับสี่ ที่อยู่ ที่พักอาศัย จำนวนร้อยละ 38 และอันดับที่ห้า งานอดิเรก จำนวน ร้อยละ 36 ซึ่งพบว่าเพศชายมีการระบุเนื้อหาต่างๆ ดังกล่าวทั้งหมดมากกว่าเพศหญิง นอกจากนี้ยังมีการใช้ เนื้อหาข้อความและสัญลักษณ์สื่ออารมณ์ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องอื่น ๆ เช่น การระบุ สถานที่ทำงาน ประสบการณ์ บุคลิกส่วนตัว ส่วนสูง น้ำหนัก ศาสนา เป็นต้น การวิจัยพบว่า ผู้ใช้ทินเดอร์ ส่วนใหญ่ ร้อยละ 76 ไม่นิยมให้ข้อมูลการติดต่อในช่องทางอื่น ๆ ไว้ในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ ส่วนผู้ใช้ทินเดอร์ ร้อยละ 24 ที่มีการให้ข้อมูลการติดต่อนั้น พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมักให้ช่องทาง การติดต่อทางอินสตาแกรม (Instagram) มากที่สุด ถึงร้อยละ 20 รองลงมาคือช่องทางการติดต่อทาง ไลน์ (LINE), วอตส์แอปป์ (WhatsApp) หรือโปรแกรมแชทอื่นๆ จำนวนร้อยละ 3 ทั้งนี้พบว่าผู้ใช้ทินเดอร์ที่ นิยมให้ช่องทางการติดต่อทางเฟสบุ๊ค (Facebook) มีเพียงร้อยละ 1 เท่านั้น

การสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านทางแอปพลิเคชันทินเดอร์ มีผลการวิจัย ซึ่งสามารถสรุปในภาพรวมถึงปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคล พฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ขั้นตอนการพัฒนาความสัมพันธ์ และจุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์ ได้ดังนี้

ปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลในช่วงเริ่มต้นติดต่อสื่อสาร คือ จุดประสงค์ และแรงจูงใจในการเริ่มใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์ที่แตกต่างกันระหว่างผู้ใช้เพศชาย และเพศหญิง โดยเพศหญิงมีจุดประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาตนเอง ด้านทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษา ซึ่งแตกต่างจากเพศชายที่มีจุดประสงค์เพื่ออยากรู้ อยากทดลองเล่นทินเดอร์แทน ในขณะที่เดียวกันทั้งเพศหญิงและเพศชายนั้นก็ยังมีจุดประสงค์ในการใช้ทินเดอร์เพื่อคลายเหงา เพื่อหาคนคุยแก้เหงาและให้กำลังใจ หาเพื่อนต่างเพศเพื่อพูดคุยกัน และยังไม่ปิดกั้นเฉพาะความสัมพันธ์แบบเพื่อน เท่านั้น แต่ยังสามารถมีการพัฒนาความสัมพันธ์แบบคู่เดทหรือแฟนได้ด้วย ข้อแตกต่างที่เห็นได้ชัดจากเพศชายคือ เพศชายนั้นมีจุดประสงค์และแรงจูงใจในการใช้ทินเดอร์เกี่ยวกับความสนใจเพื่อมองหาคุณอน และความสัมพันธ์ทางเพศ (Sex) ซึ่งเพศหญิงไม่มีจุดประสงค์ในการใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์ในข้อนี้

อีกหนึ่งปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลในช่วงเริ่มต้นติดต่อสื่อสาร คือ การพิจารณาโปรไฟล์ทินเดอร์ของเพศตรงข้าม ซึ่งทั้งชายและหญิงมีการพิจารณาถึงปัจจัยที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ ภาพของเพศตรงข้ามที่มีรูปลักษณะสวยงามตรงตามอุดมคติ ข้อความในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ ลักษณะความสัมพันธ์ที่ต้องการหาคู่สนทนา ข้อความบรรยายเกี่ยวกับตนเองในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ของเพศตรงข้าม ที่บ่งบอกถึงความสนใจ กิจกรรม (activity) อันมีจุดร่วมที่คล้ายกัน ตำแหน่งที่อยู่ (Location) ของเพศตรงข้ามที่กำลังใช้งานใกล้เคียงกัน และไม่ไกลออกไปมากนัก เพื่อง่ายต่อการพบเจอกัน การให้ข้อมูลการติดต่อผ่านทางช่องทางโซเชียลมีเดียช่องทางอื่น ๆ

สิ่งที่แตกต่างกัน คือ เพศหญิงนั้นจะมีการพิจารณาโปรไฟล์ทินเดอร์ของเพศชายที่มีความถี่ถ้วน ใช้อย่างละเอียดเยาะในการตัดสินใจ เช่น การพิจารณาจากการแสดงอารมณ์ภาพของเพศชายที่ใช้ภาพสื่อสารที่ดูเป็นมิตร อ่อนโยนดี อารมณ์ดี มีบุคลิกท่าทางสนุกสนาน เนื้อหาภาพที่บ่งบอกถึง กิจกรรม (activity) งานอดิเรก การศึกษา การงานอาชีพ ข้อความบรรยายเกี่ยวกับตนเองในหน้าโปรไฟล์ทินเดอร์ของเพศชายที่บ่งบอกถึงความสามารถ การประสบความสำเร็จ หน้าที่การงาน ความคิด การศึกษา ในขณะที่เพศชายพิจารณาถึงภาพของเพศหญิงที่น่ารัก เข้มแข็งเป็นหลัก และพิจารณาข้อความบรรยายเกี่ยวกับตนเองของเพศหญิงเพียงคร่าวๆ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยพิเศษซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลในเพศชายที่พบในช่วงสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ คือ เพศชายมีความมั่นใจมากขึ้น เมื่อเพศหญิงเริ่มการทักทายเพศชายก่อน ส่วนเพศหญิงมีปัจจัยซึ่งส่งเสริมของการสื่อสารระหว่างบุคคลในช่วงสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ คือ การสนทนาของเพศตรงข้ามที่ไม่มีบทสนทนาส่อไปในทางเพศ จะช่วยให้เพศหญิงเกิดความไว้วางใจและพูดคุยเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ต่อไปได้

การวิจัยพบว่า ในช่วงที่มีการปฏิสัมพันธ์กันแบบพบเจอตัวจริง (ช่วงออกเดท) ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลที่เหมือนกัน คือ ความประทับใจในบุคลิกภาพและรูปร่างหน้าตา การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและกันที่มากขึ้นจากเดิม การแสดงทัศนคติ ความคิดเห็นและสถานที่นัดพบกันที่สร้างความประทับใจ อีกทั้งยังพบว่าเพศชายและเพศหญิงมีปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลในช่วงนี้ที่แตกต่างกัน คือ เพศชายมีปัจจัยเกี่ยวกับความชอบที่คล้ายคลึงกัน ส่วนเพศหญิงมีปัจจัยเกี่ยวกับความเอาใจใส่ระหว่างที่ใช้เวลาร่วมกัน การวิจัยนี้พบปัจจัยซึ่งไม่ส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลในช่วงออกเดท ซึ่งการพบกันแบบเห็นหน้าค่าตาหรือการเดทกันในชีวิตจริงนี้จะเกิดขึ้นหรือไม่อยู่กับ 1) รูปแบบความสัมพันธ์ที่ต่างฝ่ายต่างมองหาต้องตรงกัน 2) ความไว้วางใจกัน ซึ่งเกิดจากความถี่ในการพูดคุยที่ต่อเนื่อง และฝ่ายหญิงเป็นผู้มีอำนาจให้ความไว้วางใจมากกว่า ดังนั้น ฝ่ายชายจึงต้องสร้างความไว้วางใจระหว่างการสื่อสารออนไลน์ 3) ความสะดวกของการนัดพบเจอในชีวิตจริง ด้วยเหตุผลของสถานที่อยู่ สถานที่นัดพบ (Location) และเวลาที่สะดวก (Time) 4) การไม่มีคู่แข่ง คู่เทียบ คือ หากเพศตรงข้ามพบเจอคู่สนทนาใหม่แล้วรู้สึกถูกใจชอบพอมากกว่าก็อาจจะออกเดทและมีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนใหม่แทน

นอกจากนี้ ในการวิจัยยังพบปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดการมีความสัมพันธ์ทางเพศ (sex) ขึ้นได้ในครั้งแรกที่พบเจอกัน ซึ่งได้แก่ การพูดคุยกันผ่านสื่อออนไลน์ที่ทำให้รู้สึกสนิทสนมคุ้นเคยกับเพศตรงข้าม ความปรารถนาทางเรื่องเพศที่ตรงกันทั้งสองฝ่าย รูปแบบความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายที่ต้องการความไม่ผูกมัด สถานที่และเวลาที่เหมาะสม การมีความสัมพันธ์ทางเพศในช่วงออกเดทกับคู่สนทนาที่พบกันในทินเดอร์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้ แต่ไม่ใช่กับผู้ใช้ทินเดอร์ทุกคน และเกิดขึ้นได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดที่ต้องเป็นความ

ต้องการตรงกันทั้งฝ่ายชายและฝ่ายหญิง และจากผลวิจัยที่พบปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลช่วงสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ของเพศหญิงที่ว่า การสนทนาของเพศตรงข้ามที่ไม่มีบนสนทนาสอไปในทางเพศ นั้นเป็นปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคล ดังนั้นการมีความสัมพันธ์ทางเพศ (sex) ขึ้นได้ในครั้งแรกที่พบเจอกันจึงไม่ใช่เรื่องที่พบเจอได้ทั่วไป เพราะไม่ใช่ทุกคนที่มองหาความสัมพันธ์เช่นนี้ตรงกัน

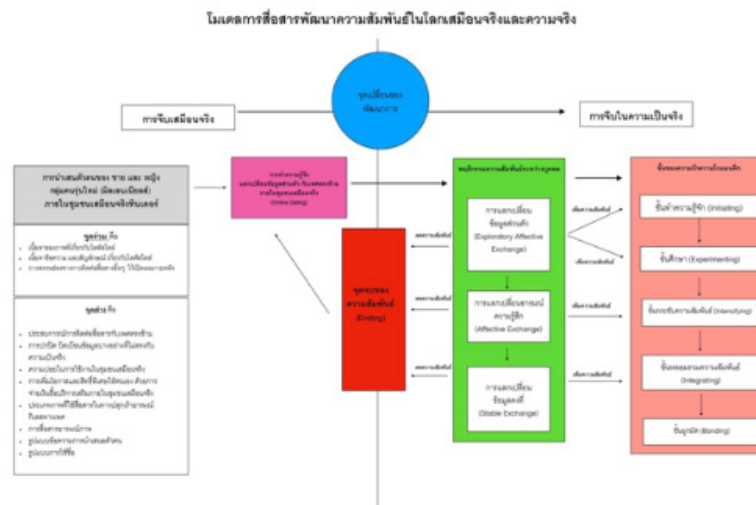
พฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

พฤติกรรมต้องการเป็นส่วนหนึ่งหรือการเข้ากลุ่ม เกิดขึ้นตั้งแต่ที่ผู้ใช้ทินเดอร์มีการสมัครเข้าใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์ เนื่องจากผู้ใช้ทินเดอร์มีความต้องการจะสื่อสารและติดต่อสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามภายในแอปพลิเคชันทินเดอร์ พฤติกรรมการควบคุมนั้นเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงสื่อสารผ่านออนไลน์เป็นต้นไป โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีการสลับแสดงพฤติกรรมควบคุม และมีบทบาทร่วมในการแสดงพฤติกรรมควบคุมในแต่ละช่วงเวลาพัฒนาความสัมพันธ์ ส่วนพฤติกรรมด้านอารมณ์ความรู้สึกเกิดขึ้นในทุกช่วงเวลาพัฒนาความสัมพันธ์ โดยพบว่าการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาขึ้นอยู่กับช่องทางการสื่อสารที่เอื้อให้ใช้วิธีการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกเช่นใดได้

จุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับจุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์ พบว่า ในแต่ละช่วงเวลาของการพัฒนาความสัมพันธ์จากแอปพลิเคชันทินเดอร์ เกิดจุดเปลี่ยนขึ้นเสมอ ซึ่งมีทั้งจุดเปลี่ยนเชิงบวกและจุดเปลี่ยนเชิงลบ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ในกรณีที่การพัฒนาความสัมพันธ์เพิ่มขึ้น จะทำให้ผู้ใช้ทินเดอร์เกิดการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ คือ มีการพัฒนาความสัมพันธ์กันเพิ่มขึ้นและขยับขึ้นความสัมพันธ์ได้ ซึ่งหากจริงจังและมุ่งมั่นที่จะศึกษากันและกัน ก็สามารถเป็นแฟนกันได้ และจะเกิดจุดเปลี่ยนการเลิกใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์ถาวรเพื่อความเชื่อใจกัน ในกรณีการลดความสัมพันธ์กัน จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ ลดบทบาทต่อคู่สนทนาหรือคู่เดทลงเป็นเพียงคนเคยคุย คนเคยรู้จัก และมีการใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์กับเพศตรงข้ามคนใหม่ หากไม่สมหวังในการพัฒนาความสัมพันธ์อาจเกิดการเลิกใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์ถาวรได้ และในกรณีความสัมพันธ์คงที่ จะเกิดการเปลี่ยนแปลงในความสัมพันธ์ลดบทบาทต่อคู่สนทนาหรือคู่เดทลง ไม่มีการพัฒนาความสัมพันธ์ต่อ แต่ยังคงมีการติดต่อกันผ่านโซเชียลมีเดียเป็นครั้งคราว เรียกได้ว่าไม่หายจากกัน แต่ไม่ได้ศึกษาดูใจกันจนถึงขั้นแฟนต่อ จุดเปลี่ยนที่ทำให้เกิดกรณีความสัมพันธ์คงที่ จะสนับสนุนให้เกิดทั้งการใช้งานแอปพลิเคชันทินเดอร์กับเพศตรงข้ามคนใหม่ และการมีปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามคนเดิมผ่านทางโซเชียลมีเดียเป็นครั้งคราว โดยจากจุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์ สามารถสรุปผู้ใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ได้เป็น 4 กรณี คือ 1) ผู้ใช้งานที่สมหวังและได้แฟนจากการพบกันผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์ 2) ผู้ใช้งานที่ยังคงหาคู่อยู่ในแอปพลิเคชันทินเดอร์ 3) ผู้งานที่ใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์เพื่อตอบสนองความต้องการเป็นบางครั้ง 4) ผู้เคยใช้งานที่ใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ที่ปัจจุบันเลิกใช้

จากการวิจัยเกี่ยวกับการสื่อสารนำเสนอตัวตน และการพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์ ผู้วิจัยได้นำผลวิจัยที่ได้ มาสร้างเป็นโมเดลการสื่อสารพัฒนาความสัมพันธ์ในโลกเสมือนจริงและความจริงดังนี้



อภิปรายผล

การสื่อสารผ่านทางแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือเป็นการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์ (Computer-mediated communication: CMC) ที่ผู้คนที่ทั้งหญิงและชายสามารถเข้ามาใช้งานแอปพลิเคชัน และค้นพบ (Discover) กันและกันได้ภายในชุมชนบนโทรศัพท์มือถือ ไม่ว่าจะอยู่อาศัยในที่แห่งใดบนโลก ก็สามารถสื่อสารนำเสนอตัวตนผ่านทางหน้าโปรไฟล์บนโทรศัพท์มือถือ เพื่อมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน สอดคล้องกับที่ Joseph B. Walther (อ้างถึงใน กิตติ กันภัย, 2543) ได้ให้ความหมายการสื่อสารผ่านตัวกลางคอมพิวเตอร์อย่างกว้างๆ ว่า คือการประชุมโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ และการใช้ประโยชน์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic mail) ซึ่งเกิดขึ้นและดำเนินไปในเวลาเดียวกัน (Synchronous) หรือต่างเวลากัน (asynchronous) โดยผู้ส่งสารใส่รหัส (encode) ลงไปในเนื้อหาสาร (text message) ซึ่งจะถูกลำเลียง (relayed) จากคอมพิวเตอร์ของผู้ส่งสารไปสู่คอมพิวเตอร์ของผู้รับสาร

ซึ่งผลการวิจัยด้านอัตลักษณ์ (Identity) ที่เกี่ยวข้องกับค่านิยมในการนำเสนอตัวตนที่แตกต่างกันของเพศชายและเพศหญิง มีการสื่อสารความเป็นตนเองผ่านภาพถ่าย ข้อความ และสัญลักษณ์สื่ออารมณ์ (Emoticon) โดยมีรูปแบบ และเนื้อหาที่แตกต่าง ก็เพื่อถ่ายทอดและแสดงความเป็นตนเองให้โดดเด่นจากผู้อื่น เพื่อให้ผู้อื่นเห็นความต่างระหว่างกัน การนิยมนำสัญลักษณ์ (Sign) เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ (Identity) ความเป็นตนเอง แยกผู้ใช้ภายในแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือแต่ละคนออกจากกันตรงกับ Kathryn Woodward (1997) กล่าวเกี่ยวกับ อัตลักษณ์ (Identity) ว่าคือสิ่งที่ทำให้เรารู้ตัวเราเองว่าเราคือใคร และเราจะดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอย่างไร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับที่ Stuart Hall (1922) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modern Subject) ไว้ว่า อัตลักษณ์ไม่มีแก่น (Inner Core) อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ไม่คงที่ อัตลักษณ์ของมนุษย์ในยุคหลังสมัยใหม่จึงเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้เสมอ และยังสอดคล้องกับที่ จูตินัน บุญภาพ คอมมอน (2556) ที่ได้กล่าวเกี่ยวกับเรื่อง "บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในกรุงเทพมหานคร" ไว้ว่า อัตลักษณ์ถูกสร้างและแสดงออกได้หลายวิธี มนุษย์ใช้อัตลักษณ์ในการแยกแยะตนเองว่าแตกต่างจากผู้อื่น เช่น การอธิบายความแตกต่างลักษณะทางกายภาพ ความสามารถทางร่างกายลักษณะทางอารมณ์ และความเป็นเจ้าของสิ่งต่างๆ การสร้างอัตลักษณ์สร้างขึ้นได้หลายมิติของสังคม โดยจากการวิจัยอาจสรุปได้ว่า การใช้ภาพสื่อสารอัตลักษณ์ของผู้ใช้บนโทรศัพท์มือถือถ่ายทอดรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) และคุณสมบัติของตนเอง ผู้ใช้บนโทรศัพท์

สามารถรับรู้ ตีความ และเรียนรู้ภาษา สัญลักษณ์ ในสังคมชุมชนบนอินเทอร์เน็ตได้ร่วมกัน ภาพถ่ายสื่อสารแทนตัวเรา ได้ บอกได้ว่าเราเป็นใคร เช่นใคร ชื่นชอบอะไร มีการใช้ชีวิตเช่นไร มีอารมณ์ บุคลิกภาพแบบใด สอดคล้องกับ ที่ กฤษณ์ ทองเลิศ (2545) ได้กล่าวว่า ภาพเป็นสื่อทางการสื่อสารที่มี “ภาษาภาพ” โดยเฉพาะ เป็นสัญลักษณ์/ สัญลักษณ์ (Sign) ที่สื่อสารโดยตาหรือจักขุสัมผัส นอกจากนี้การใช้สัญลักษณ์สื่อสารเพื่อบ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของผู้ใช้บนอินเทอร์เน็ตเพื่อดึงดูดความสนใจ สร้างความประทับใจ จากผู้ใช้บนอินเทอร์เน็ตเพศตรงข้ามให้สะดุดตา เกิดความสนใจ ชอบ (Like) เกิดพฤติกรรมตอบสนองการปิดขวา (Swipe Right) และเริ่มต้นติดต่อสื่อสารกัน ยังสอดคล้องกับที่ ศิริชัย ศิริภายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531) ได้ อธิบายไว้ว่า โดยหลักการแล้ว อะไรก็ตามที่สามารถสร้างประทับใจความรู้สึกได้ ก็สามารถจะเป็นสัญลักษณ์ได้ และการประทับใจความรู้สึกที่เกิดจาก สัญลักษณ์ ก็ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องไปกับภาพความรู้สึกที่เกิดจากสิ่งที่เป็น “ตัวหมายถึง” (หมายความว่า การเห็นตัวอักษรที่เขียนคำว่า ม้า ก็ไม่จำเป็นต้องทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกแบบเดียวกับการได้เห็นตัวม้าจริงๆ)

ผลวิจัยที่พบว่าปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคลของผู้ใช้บนอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้นในทุกๆ ช่วงการติดต่อสื่อสาร สอดคล้องกับที่ สุรัตน์ ตรีสุกุล (การสื่อสารระหว่างบุคคล. 2548) ได้อธิบายถึง ปัจจัยซึ่งส่งเสริมการสื่อสารระหว่างบุคคล ไว้ว่ามีทั้งความดึงดูดใจของคู่สื่อสาร (Attractiveness) ซึ่งได้แก่ ความดึงดูดใจในด้านรูปร่างหน้าตา (Physical Attractiveness) และ ความดึงดูดใจในด้านบุคลิกภาพ (Personality Attractiveness) ความใกล้ชิดของคู่สื่อสาร และการให้แรงเสริมแก่คู่สื่อสาร

ผลวิจัยเกี่ยวกับ พฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สอดคล้องกับที่ สอดคล้องกับ ทฤษฎีของ A.Schutz (1967, อ้างถึงใน เยาวภา อินทระชัย : 2549 และ โกสินทร์ รัตนคร : 2552) ที่อธิบายถึง พฤติกรรมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลว่า เป็นไปในลักษณะที่บุคคลหนึ่งแสดงพฤติกรรมหรือมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่เป็นรูปแบบที่ค่อนข้างเฉพาะเจาะจง และซึ่งพฤติกรรมระหว่างบุคคลได้ลักษณะเฉพาะที่บุคคลสัมพันธ์กับบุคคลอื่นอยู่บนพื้นฐานความต้องการระหว่างบุคคล โดยสามารถกล่าวได้ว่า พฤติกรรมต้องการเป็นส่วนหนึ่งหรือการเข้ากลุ่ม (Inclusion) เกิดขึ้นตั้งแต่ที่ผู้ใช้บนอินเทอร์เน็ตมีการสมัครเข้าใช้งานแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ พฤติกรรมความต้องการที่จะสื่อสารและติดต่อสัมพันธ์กับเพศตรงข้ามภายในแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ พฤติกรรมการควบคุม (Control) นั้นเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงสื่อสารผ่านออนไลน์เป็นต้นไป โดยทั้งเพศชายและเพศหญิงมีการสลับแสดงพฤติกรรมควบคุม และมีบทบาทร่วมในการแสดงพฤติกรรมควบคุมในแต่ละช่วงเวลาพัฒนาความสัมพันธ์ ส่วนพฤติกรรมด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affection) ก็เกิดขึ้นในทุกช่วงเวลาพัฒนาความสัมพันธ์ โดยพบว่าการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาที่ขึ้นอยู่กับช่องทางการสื่อสารที่เอื้อให้ใช้วิธีการถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกเช่นใดได้ ทั้งนี้เมื่อบุคคลมีปฏิสัมพันธ์กัน แต่ละคนจะแสดงพฤติกรรมตามแบบแผนความต้องการดังกล่าว ตามลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจมีผลทำให้บุคคลเข้ากันได้หรือเข้ากันไม่ได้ ต่อไป

จากผลวิจัยเกี่ยวกับพัฒนาการและลำดับขั้นความสัมพันธ์ที่พบในการวิจัยนี้ ตรงกับทฤษฎีของ A.Schutz (1967) ที่กล่าวถึงพัฒนาการความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีอยู่ 4 ขั้น คือ 1. การทำความรู้จัก (Orientation) 2. การแลกเปลี่ยนข้อมูลขั้นสำรวจ (Exploratory affective exchange) 3. การแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอารมณ์ (Affective exchange) และ 4. การแลกเปลี่ยนข้อมูลระดับคงที่ (Stable exchange) ทั้งนี้ผลวิจัยขั้นของการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้บนอินเทอร์เน็ต ยังมีความคล้ายคลึงกับงานวิจัยของ สิตลา ชาญวิเศษ (2557) ที่ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับบทบาทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบโรแมนติก โดยกล่าวว่า ทฤษฎีลำดับขั้นความสัมพันธ์ (Relationship Stages) ของ Knapp (2005) ที่เสนอว่า ความ

สัมพันธ์แบบโรแมนติคนั้น มีลำดับขั้นตอนคล้ายขั้นบันได ซึ่งมีทั้งหมด 10 ขั้นตอน และสามารถจัดได้เป็น 3 ระยะสำคัญ ได้แก่ ระยะพัฒนาความสัมพันธ์ ระยะรักษาความสัมพันธ์ และระยะเสื่อมถอยความสัมพันธ์ ซึ่งระยะพัฒนาความสัมพันธ์ แบ่ง เป็น 5 ขั้น คือ ขั้นทำความรู้จักกัน (Initiating) ขั้นศึกษากัน (Experimenting) ขั้นกระชับความสัมพันธ์ (Intensifying) ขั้นหลอมหลวมความสัมพันธ์ (Integrating) ขั้นผูกมัด (Bonding) อย่างไรก็ตามผลวิจัยเกี่ยวกับขั้นของการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้ทินเดอร์ตามช่วงเวลาของการพัฒนาความสัมพันธ์นั้น มีความแตกต่างจาก งานวิจัยของ สตีลา ซาญวิเศษ (2557) คือ การสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์นี้ เป็นการสื่อสารในระยะพัฒนาความสัมพันธ์ ซึ่งไม่มีการพัฒนาความสัมพันธ์ไปถึงขั้นผูกมัด (Bonding) แต่พบว่ามีการวางแผนอนาคตร่วมกันของคู่รักที่พบกันผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์เกิดขึ้นเท่านั้น

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับจุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์ของผู้ใช้ทินเดอร์ สามารถอธิบายได้ว่า มีความสอดคล้องกับทฤษฎีลำดับขั้นความสัมพันธ์ (Relationship Stages) ของ Knapp (2005) ซึ่งปรากฏปัจจัยเกี่ยวกับจุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์ ตามแนวคิดของ Guerrero et al. (2014) ที่เข้ามามีผลต่อขั้นของการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้ทินเดอร์ มีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างฉับไว แปรตามเหตุการณ์ หรือกิจกรรม ซึ่งความสัมพันธ์จะดีขึ้นหรือแย่ลงนั้นขึ้นอยู่กับว่าผลลัพธ์ของเหตุการณ์ว่าเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบ โดยมีประเภทของเหตุการณ์และกิจกรรมที่เป็นจุดเปลี่ยนในความสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิจัยได้พบปัจจัยทั้งหมดที่กล่าวมานี้ โดยพบว่าก่อให้เกิดรูปแบบของผู้ใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ ได้แก่ ผู้ใช้งานที่สมหวังและได้แฟนจากการพบกันผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์ ผู้ใช้งานที่ยังคงหาคู่อยู่ในแอปพลิเคชันทินเดอร์ ผู้งานที่ใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์เพื่อตอบสนองความต้องการเป็นบางครั้ง และผู้เคยใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ที่ปัจจุบันเลิกใช้

เนื่องจากการสื่อสารเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันทินเดอร์นี้ เป็นการสื่อสารระหว่างเพศชายและเพศหญิง ดังนั้นจึงพบว่ามีความรักความโรแมนติกเกิดขึ้นได้ โดยผลวิจัยสอดคล้องกับที่ Fromm (1947 อ้างถึงใน นิธิพัฒน์ แผ่นทอง, 2548) ได้พูดถึงความรักในมุมมองของตนเองว่าประกอบ ด้วยคุณลักษณะต่างๆ ได้แก่ Care คือ มีความใส่ใจในความรู้สึกของอีกฝ่ายหนึ่ง ต้องมีความเอื้ออาทร ห่วงใยซึ่งกันและกัน Response คือ ต้องมีการตอบสนองต่ออีกฝ่ายหนึ่ง Respect คือ ต้องให้เกียรติและเคารพในความเป็นตัวตนของอีกฝ่ายหนึ่ง Understanding คือ มีความเข้าใจอีกฝ่ายหนึ่ง หรือมีความรู้เกี่ยวกับอีกฝ่ายหนึ่ง สอดคล้องกับความสัมพันธ์ของคู่รักที่พบกันผ่านทินเดอร์ที่มีองค์ประกอบดังกล่าวเกิดขึ้นจนขั้นของความรักความสัมพันธ์ปรากฏเป็นแฟน ซึ่งมีการวางแผนการใช้ชีวิตมีความคิดที่จะแต่งงานกันเกิดขึ้นในอนาคต โดยความรักที่เกิดขึ้นนั้นจะต้องมีองค์ประกอบในด้านต่างๆ ที่พอดี จึงจะมีความยืนยาวคงอยู่กันไปได้ ทั้งนี้ผลวิจัยยังสอดคล้องกับทฤษฎีสามเหลี่ยมของความรัก ของ Robert Sternberg (1988) ที่จำแนกความรักว่ามีที่มาจากจุดเริ่มต้นที่แตกต่างกัน และกล่าวถึงความรักว่าต้องมีองค์ประกอบต่างๆ ในส่วนผสมที่พอดีจึงก่อเกิดเป็น สถานภาพที่แตกต่าง เป็นรูปแบบของความรักขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1) ในการสัมภาษณ์ พบว่ามีเรื่องของเพศที่สามที่มีการปกปิดหรือนำเสนอตัวตนที่ไม่ชัดเจนซึ่งทำให้ผู้ใช้งานอื่นๆ เข้าใจผิด และพบเรื่องของการหลอกลวงให้โอนเงินจากผู้ใช้ทินเดอร์ที่มีการปลอมแปลงโปรไฟล์ ดังนั้นประเด็นการนำเสนอตัวตนของเพศที่สามและประเด็นการหลอกลวงในชุมชนเสมือนจริง จึงเป็นเรื่องที่น่า

สนใจซึ่งผู้วิจัยท่านอื่น ๆ สามารถนำประเด็นดังกล่าวไปศึกษาค้นคว้าต่อได้ เนื่องจากงานวิจัยเกี่ยวกับแอปพลิเคชันทินเดอร์ยังเป็นเรื่องใหม่ มีอีกหลายประเด็นที่น่าศึกษาและน่าจะเป็นประโยชน์ต่อวงการการศึกษา เพราะจะเป็นการศึกษาที่ทันสมัยและเพิ่มความน่าสนใจต่องานวิจัยด้านการสื่อสาร

2) เนื่องจากงานวิจัยนี้พบประเด็นการใช้ทินเดอร์เพื่อฝึกฝนพัฒนาทักษะทางด้านภาษากับเพศตรงข้ามชาวต่างชาติ อย่างไรก็ตามงานวิจัยนี้ไม่ครอบคลุมถึงประเด็นความแตกต่างทางวัฒนธรรมกับการใช้ทินเดอร์ในแต่ละประเทศ ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไป อาจศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์ของผู้ใช้แอปพลิเคชันทินเดอร์ สัญชาติอื่น ๆ

3) การวิจัยครั้งนี้ เป็นการนำเสนอให้ทราบถึงการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตนและพัฒนาความสัมพันธ์ผ่านทางแอปพลิเคชันทินเดอร์ ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถศึกษาและนำผลวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ และเป็นแนวทางการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของสื่อออนไลน์กับการใช้ประโยชน์เพื่อหาคุณค่า หรือลักษณะความสัมพันธ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน การศึกษา เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กิติมา วงษ์รักรักษ์. (2556). **ความสัมพันธ์แบบโรแมนติกในที่ทำงานและบรรยากาศองค์การที่พยากรณ์ความสุขในการทำงานของพนักงานในธุรกิจอุปโภคบริโภคสำนักงาน**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- กฤษณ์ ทองเลิศ. (2545). **การผสมผสานรูปแบบการสื่อความหมายและจินตสภาวะของผู้รับสารเป้าหมายที่มีต่องานภาพถ่ายกับลายลักษณ์อักษรในงานโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุขฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- โกสินทร์ รัตนคร. (2549). **การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง**. คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เยาวภา อินทะชัย. (2549). **การสื่อสารเพื่อการเริ่มต้นความสัมพันธ์ฉันคู่รักของวัยรุ่นไทย**. คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ณิรพัฒน์ แผ่นทอง. (2548). **ปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและความรักในที่ทำงาน ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- ศิริชัย ศิริกายะ และกาญจนา แก้วเทพ (2531). **ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน**. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สีตลา ชาญวิเศษ. (2557). **บทบาทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบโรแมนติก**. วิทยานิพนธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- สุรัตน์ ตรีสุก (2548). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- จิตินัน บุญภาพ คอมม่อน, (2556) **บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในกรุงเทพมหานคร**. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
- sensortower (2562) Top Grossing Dating Apps Worldwide for Q1 2019. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม, 2562, จาก www.sensortower.com